Saiba mais sobre a pesquisa de UX

Há duas partes principais em cada projeto de design de UX: realizar pesquisas para aprender sobre os usuários para os quais você está projetando e coletar feedback sobre as perspectivas deles. O design de UX tem tudo a ver com colocar o usuário em primeiro lugar, e a pesquisa ajuda os designers a compreender esses usuários.

A **pesquisa de UX** se concentra em compreender os comportamentos, as necessidades e as motivações dos usuários com observação e feedback. O design do seu produto precisa ser baseado em pesquisas e fatos, não em suposições. A pesquisa de UX alinha o que você, como designer, *acha* que o usuário precisa com o que ele *realmente* precisa.

Você se lembra do ciclo de vida do desenvolvimento de produtos de um curso anterior do programa? O **ciclo de vida do desenvolvimento de produtos** tem cinco estágios (brainstorm, definição, design, teste e lançamento) que levam uma ideia para um aplicativo, site ou produto até o lançamento.

Vamos verificar como a pesquisa se encaixa no ciclo de vida do desenvolvimento de produtos.



**Pesquisa fundamental**

**A pesquisa fundamental** é sempre feita *antes* de você começar a projetar. Dentro do ciclo de vida do desenvolvimento de produtos, a pesquisa fundamental acontece durante o estágio de brainstorm (estágio um) para ajudar você a criar empatia com os usuários, compreender as necessidades deles e inspirar novas direções de design. Durante esta fase, você também fará perfis e histórias de usuários, sobre os quais aprenderá em breve.

Na pesquisa fundamental, sua meta é descobrir o que o usuário precisa e como atender a essas necessidades com seu produto. Uma pesquisa fundamental sólida pode contradizer sua perspectiva pessoal sobre o que pode ser uma boa solução.

As perguntas que podem ser consideradas durante a pesquisa fundamental incluem:

* O que precisamos criar?
* Quais são os problemas dos usuários?
* Como podemos resolver esses problemas?
* Estou ciente de meus próprios vieses e sou capaz de filtrá-los enquanto faço pesquisas?

Há muitos métodos para realizar pesquisas fundamentais, mas muitos deles são baseados em observações. Os métodos comuns da pesquisa fundamental incluem:

* **Entrevistas:** Método de pesquisa usado para coletar informações detalhadas sobre opiniões, pensamentos, experiências e sentimentos das pessoas. Com frequência, você realizará entrevistas com os próprios usuários-alvo.
* **Pesquisas:** Uma atividade em que muitas pessoas respondem às mesmas perguntas para compreender o que a maioria pensa sobre um produto.
* **Grupos focais:** Um pequeno grupo de pessoas que têm as reações estudadas. Por exemplo, seu grupo focal pode reunir oito usuários para discutir as perspectivas deles sobre novos recursos em seu design. Um grupo focal geralmente é administrado por um moderador, que orienta o grupo em um determinado tópico da conversa.
* **Auditoria competitiva:** Uma visão geral dos pontos fortes e fracos de seus concorrentes. Você realizará sua própria auditoria competitiva posteriormente no curso. Portanto, compreenderá bem esse método de pesquisa.
* **Estudos de campo:** Atividades de pesquisa que ocorrem no ambiente pessoal ou no contexto dos usuários, em vez de em um escritório ou laboratório.

**Estudos diários:** Um método de pesquisa usado para coletar dados qualitativos sobre comportamentos, atividades e experiências dos usuários ao longo do tempo. Com frequência, o usuário vai registrar (ou fazer um diário sobre) as atividades diárias dele e fornecer informações sobre os comportamentos e as necessidades que ele tem, o que pode ajudar a informar seus designs.



**Pesquisa de design**

A **pesquisa de design** é feita *enquanto* você projeta. Dentro do ciclo de vida do desenvolvimento de produtos, a pesquisa de design acontece durante o estágio de design (estágio três) para ajudar a informar seus designs, atender às necessidades dos usuários e reduzir o risco. Cada vez que você cria uma versão nova do seu design, uma pesquisa nova precisa ser feita para avaliar o que funciona bem e o que precisa ser alterado.

Na pesquisa de design, a meta é responder à pergunta: Como criaremos isso?

A quantidade de pesquisas de design que você realiza varia, dependendo de onde você trabalha e do que está criando. O método mais comum usado para realizar pesquisas de design é um **estudo de usabilidade**, que é uma técnica para avaliar um produto testando-o nos usuários. O objetivo dos estudos de usabilidade é identificar os pontos problemáticos que o usuário teve com seus protótipos. Assim, os problemas podem ser corrigidos antes do lançamento do produto. Você realizará seu próprio estudo de usabilidade no próximo curso deste programa de certificação.

Veja a seguir alguns métodos de pesquisa adicionais que podem ser usados ​​para realizar pesquisas de design:

* **Teste A/B:** Um método de pesquisa que avalia e compara dois aspectos diferentes de um produto para descobrir qual deles é o mais eficaz. Por exemplo, é possível pedir aos usuários que avaliem dois layouts da página inicial do seu aplicativo para descobrir qual deles é mais eficaz.
* **Estudos de café ou guerrilha:** Um método de pesquisa em que o feedback dos usuários é conseguido ao levar um projeto ou protótipo para o domínio público e perguntar a opinião das pessoas. Por exemplo, é possível sentar-se em um café local e perguntar aos clientes se eles estariam dispostos a testar o design do seu aplicativo por alguns minutos e fornecer feedback.
* **Classificação de cartões:** Um método de pesquisa que instrui os participantes do estudo a classificar marcadores individuais escritos em fichas em categorias que façam sentido para eles. Esse tipo de pesquisa é amplamente utilizado para descobrir a arquitetura da informação do seu projeto. Falaremos sobre isso no próximo curso do programa, o “Curso 3: Construir wireframes e designs de baixa fidelidade”.

**Interceptações:** Um método de pesquisa que reúne feedback dos usuários no local enquanto eles se envolvem nas atividades que estão sendo pesquisadas. As interceptações são realizadas com frequência no campo. Portanto, esse tipo de pesquisa frequentemente é considerado um subconjunto da pesquisa de campo. Um estudo de interceptação pode fornecer um feedback rápido e de alto nível.



**Pesquisa de pós-lançamento**

A **pesquisa de pós-lançamento** é feita *após* a conclusão do design e o lançamento do seu produto. Dentro do ciclo de vida do desenvolvimento de produtos, a pesquisa de pós-lançamento acontece após o estágio de lançamento (estágio cinco) para ajudar a validar, com métricas estabelecidas, se o produto está atendendo às necessidades dos usuários.

Na pesquisa de pós-lançamento, a meta é responder à pergunta: Conseguimos? Esta pesquisa mostrará como está o desempenho do seu produto final com base em métricas estabelecidas, como adoção, uso, satisfação dos usuários e muito mais.

Você precisa usar métodos de pesquisa que ofereçam insights sobre o que o usuário pensa a respeito do seu produto e se a experiência dele com o produto está alinhada com a forma como você pretendia que ele funcionasse. Os métodos de pesquisa que podem ser usados para realizar pesquisas pós-lançamento incluem os seguintes:

* **Teste A/B**
* **Estudos de usabilidade**
* **Pesquisas**
* **Análise de registros:** Um método de pesquisa usado para avaliar registros de usuários enquanto eles interagem com o design, as ferramentas etc.

**A chave para um produto focado no usuário: Pesquisa**

A pesquisa é crucial para criar um produto que satisfaça os usuários. Como designer básico, pode ser tentador presumir o que o usuário precisa com base em sua própria experiência. No entanto, como você sabe, o usuário vem em primeiro lugar. Suas opiniões precisam ser sempre embasadas por sua pesquisa. É preciso conseguir feedback dos usuários antes, durante e depois de projetar.